



LES FONDAMENTAUX DE LA COMPTABILITE GENERALE

OBJECTIFS

- Comprendre et acquérir les bases de la comptabilité

DURÉE : 3j + 1J en option sur logiciel*

PUBLIC :

Toute personne en charge de la gestion en entreprise

MÉTHODE

- Apports théoriques et exercices d'application
- *En option : mise en pratique sur un logiciel de comptabilité (tarif et durée nous consulter)

PROGRAMME

Comprendre les mécanismes comptables

- Les livres comptables obligatoires
- Le classement des opérations
- Le principe de la partie double
- Le plan comptable général
- Le bilan, le compte de résultat et l'annexe
- Les opérations d'inventaire

Connaître les règles comptables fondamentales

- Quelles opérations comptabiliser ?
- Quand, pour quel montant et comment les comptabiliser ?

Procéder à l'enregistrement des comptes

- Les écritures courantes
- Les écritures d'inventaires
- Les écritures exceptionnelles ou occasionnelles
- Le calcul et établissement de la déclaration de TVA

Comprendre le fonctionnement du bilan

- Les immobilisations
- L'actif circulant
- Les comptes de trésorerie
- Les capitaux propres
- Les dettes

Comprendre la détermination du résultat

- Les produits et les charges
- Les réintégrations et déductions extracomptables
- Le sort des déficits



LA MAITRISE DES OPERATIONS DE CLOTURE DE COMPTES

OBJECTIFS

- Maîtriser les opérations d'arrêtés des comptes
- Savoir établir un bilan et un compte de résultat

DURÉE : 3j + 1J en option sur logiciel*

PUBLIC :

Responsable en comptabilité, comptable, collaborateur de service comptable

PROGRAMME

Les immobilisations et les amortissements

- Définition et rôle de l'amortissement
- Les immobilisations amortissables
- Les différents modes d'amortissement : linéaires, dégressifs, exceptionnels, différés
- Les cessions d'immobilisations

Les stocks

- Les différentes méthodes d'évaluation des stocks
- Les dépréciations et variations de stock
- Les enregistrements comptables

Les provisions

- Les provisions sur actifs
- Les provisions pour risques et charges
- Provisions pour congés
- Les autres provisions et leurs enregistrements

Les régularisations des produits et charges

- Les charges à payer et constatées d'avance
- Les produits à recevoir et comptabilisés d'avance
- Les transferts de charge

MÉTHODE

- Apports théoriques et exercices d'application

* En option : mise en pratique sur un logiciel de comptabilité (tarif et durée nous consulter)



L'ANALYSE FINANCIERE

OBJECTIFS

- Apprendre à analyser la santé financière d'une entreprise

DURÉE : 2 jours

PUBLIC :

Responsable d'entreprise individuelle (artisanale, commerciale ou de production), de TPE/PME, responsable d'exploitation ou de secteur, comptable, commercial

PROGRAMME

Analyse de la rentabilité de l'entreprise d'après les tableaux de synthèse

- Analyse du compte de résultat : les soldes intermédiaires de gestion et la capacité d'autofinancement
- Analyse du bilan : rentabilité économique et financière, effet de levier

Analyse de la solvabilité de l'entreprise d'après les tableaux de synthèse

- Analyse patrimoniale et solvabilité
- Bilan patrimonial
 - . Analyse de ce bilan : fonds de roulement patrimonial
 - . Ratios de solvabilité et de liquidité
 - . Analyse fonctionnelle et équilibre emplois-ressources

MÉTHODE

- Apports théoriques et exercices d'application, outils d'application remis en fin de formation

- Bilan fonctionnel en fonction des cycles de l'entreprise
 - . Analyse de ce bilan : besoins en fonds de roulement, trésorerie
 - . Ratios de gestion financière et de gestion du cycle d'exploitation
 - . Le tableau de financement : une approche dynamique à partir du bilan fonctionnel

Les moyens de financement des entreprises

- Financements à long terme des investissements
- Financement à court terme et gestion des excédents de trésorerie
- Gestion de trésorerie : le tableau des flux de trésorerie



LES BASES DU CONTROLE DE GESTION

OBJECTIFS

- Connaître les outils de gestion pour mesurer les résultats
- Analyser les coûts et les marges pour prendre des mesures correctives

DURÉE : 3 jours

PUBLIC :

Responsable d'entreprise individuelle (artisanale, commerciale ou de production) de TPE/PME, responsable d'exploitation ou de secteur, comptable, commercial

PROGRAMME

Les objectifs du contrôle de gestion

- Fixer des objectifs, négocier des plans d'actions et les budgéter
- Suivre les réalisations, analyser les résultats et engager des actions correctives

Analyser ses coûts de revient

- La comptabilité analytique : charges variables/fixes, directes/indirectes....
- Les différents types de coûts : complets, partiels, par activité
- La logique des prix de cession interne

MÉTHODE

- Apports théoriques et exercices d'application
- Outils d'application remis en fin de formation

Optimiser ses marges

- Le seuil de rentabilité, le point mort
- Analyser les écarts et savoir prendre des décisions
- L'impact sur la fixation des prix

Construire son budget avec des objectifs clairs et réalistes en phase avec la stratégie

Piloter son activité grâce aux tableaux de bord

- Les indicateurs de performance, déclinaison des opérationnels fixés
- Les indicateurs de pilotage, pour valider la bonne gestion des moyens confiés



CONCEVOIR SES TABLEAUX DE BORD COMME OUTIL DE PILOTAGE COMMERCIAL

OBJECTIFS

- Connaître les leviers de l'activité commerciale
- Définir et mettre en place des tableaux de bord pour suivre et piloter l'activité

DURÉE : 2 jours

PUBLIC :

Responsable et collaborateur en charge de la gestion et/ou du pilotage de l'activité

MÉTHODE

- Apports théoriques et exercices d'application, échange de pratiques
- Travail à partir de situations des participants, support pédagogique remis à chaque participant

PROGRAMME

Les outils de gestion dans l'activité commerciale

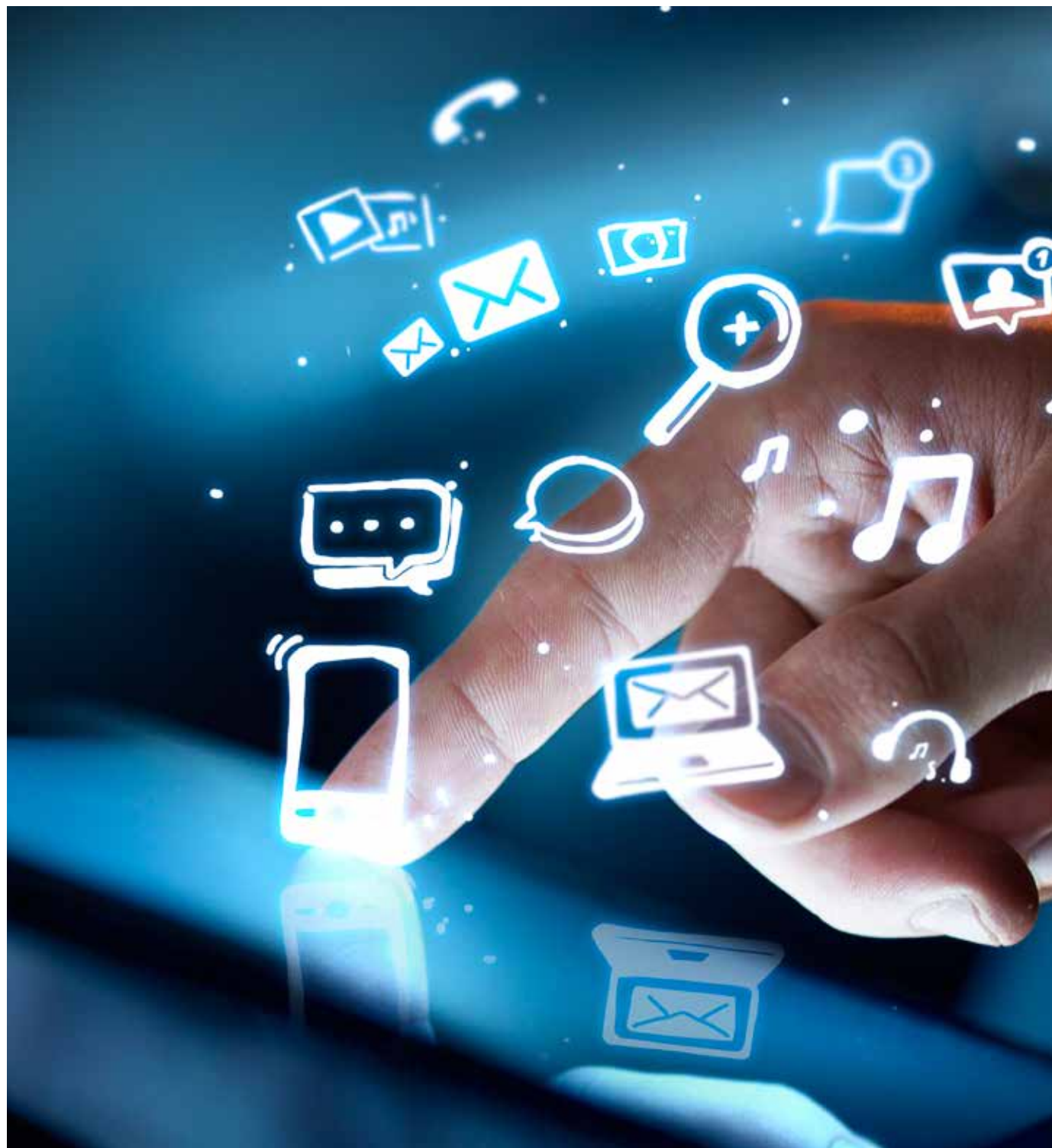
- Comprendre et exploiter les outils comptables : bilan et compte de résultat

Les leviers de l'activité commerciale

- La constitution de la marge : les leviers de chiffres d'affaires, les prix de vente, la constitution des coûts, les prix de revient
- Définition et utilisation de la notion de point mort

Piloter son activité grâce aux tableaux de bord

- Analyser l'entreprise dans son environnement
- Etablir un budget, fixer des objectifs
- Elaborer des tableaux de bord pertinents : choisir les indicateurs, collecter les données, diffuser l'information
- Piloter l'activité : suivre, contrôler, prendre des décisions correctives
- Dynamiser les performances de ses collaborateurs





OBJECTIFS

- Définir les facteurs clés de succès ou d'échec d'un business plan
- Appréhender les indicateurs marché, et décliner une stratégie à partir de l'analyse des points forts et des points de vigilance de l'entreprise
- Réussir la concrétisation du business plan financier dans l'entreprise
- Eviter les écarts entre les prévisions et les réalisations

DURÉE : 2 jours

PUBLIC :

Responsable d'entreprise individuelle (artisanale, commerciale ou de production), de TPE/PME, responsable d'exploitation ou de secteur, comptable, commercial

MÉTHODE

- Apports théoriques, exercices d'application.
À l'issue de la formation, les participants disposeront d'un mode d'emploi pour bâtir et piloter le business plan dans leur entreprise de façon autonome.

PROGRAMME

Introduction

- La structure du Business Plan, comment relier les conclusions de l'analyse du marché au Business Plan ?

Maîtriser la démarche du plan marketing

- Les objectifs et les enjeux du plan marketing : pourquoi mettre en place un plan marketing ? Quels sont les apports de cette démarche ? Comment optimiser les résultats ?
- Les étapes clés de construction du plan : élaboration détaillée de la stratégie commerciale, mise à disposition d'outils et méthodes à chaque étape du plan
- La conquête de nouveaux clients : la démarche commerciale

Comment bâtir le plan marketing-commercial en fonction des conclusions de l'analyse du marché ?

Comment estimer les moyens humains et compétences nécessaires ? Comment organiser le calendrier des actions ?

Déclinaison de la stratégie marketing dans son entreprise

- Traduire les orientations stratégiques de l'entreprise
- Stratégie commerciale, lancement nouveau produit, diversification de produits, approche d'une nouvelle clientèle, d'un canal de distribution

- Évaluer la contribution des actions marketing à l'atteinte des objectifs généraux
- Traduire le plan marketing en actions dans son entreprise
- Définir les plans d'actions et en assurer la cohérence
. mesure des points faibles et des points forts,
. mise en place d'un plan stratégique pour atteindre les objectifs du plan marketing
- Mener la prévision de l'activité à partir d'éléments du diagnostic interne et externe
- Prévision des ventes et détermination des coûts structurels
- Mise en place d'un compte de résultat et d'un bilan prévisionnel
- Mise en place d'un tableau de flux de trésorerie prévisionnel
- Calcul du seuil de rentabilité
- Analyse du besoin en fonds de roulement (des différentes composantes et impacts financiers) et détermination des solutions de financement
- Si investissement : mise en place d'un plan de financement et recherche des solutions de financement interne et externe



LA GESTION DE TRESORERIE

NOUVEAU

OBJECTIFS

- Bâtir et exploiter des prévisions de trésorerie
- Contrôler les conditions bancaires
- Choisir les financements et les placements

DURÉE : 2 jours

PUBLIC :

Responsable et collaborateur en charge de la gestion de l'activité

PROGRAMME

Evaluer la situation de trésorerie de l'entreprise

- Analyse par le bilan (ratios)
- Analyse par les tableaux de flux
- Les prévisions de trésorerie annuelles : la validation

Mener la prévision de trésorerie : la recherche d'informations

- La maîtrise du cycle d'exploitation
- Les différents encaissements et décaissements
- Les budgets d'investissement et de financement
- Calcul du BFDR conjoncturel et structurel

Construction d'un budget et d'un plan de trésorerie

- Les différents budgets : de production, d'approvisionnement, de ventes
- Le plan de trésorerie
- L'analyse et les marges de manœuvre
- Les différentes solutions de financements bancaires : à court terme, placement...

MÉTHODE

- Apports théoriques, exercices d'application
- À l'issue de la formation, les participants disposeront d'un mode d'emploi pour bâtir un plan de trésorerie.



PREVENIR, GERER ET RELANCER LES IMPAYES

OBJECTIFS

- Savoir prévenir les impayés
- Connaître les techniques et les outils pour mieux encadrer et maîtriser ses encours clients
- Négocier au téléphone, comprendre les circuits de paiement des clients

DURÉE : 3 jours

PUBLIC :

Toute personne en charge de la gestion des impayés

PROGRAMME

> PREVENTION ET GESTION

La prévention

- La connaissance du client : aspects juridique et financier, les sources de renseignements, le risque et l'encours autorisé
- Le suivi des clients

Le traitement de l'impayé

- La constitution du dossier et le rassemblement des preuves
- Le pré contentieux

Les procédures judiciaires

- Les principales procédures
- Les mesures exécutoires

MÉTHODE

- Exposés interactifs et cas pratiques
- Jeux de rôle avec écoute et analyse des entretiens enregistrés

Mise en œuvre d'autres outils pour éviter les pertes

- La clause de réserve de propriété
- La rétention du bien
- La compensation légale

> LA RELANCE TELEPHONIQUE

Les règles de la relance téléphonique

- Pourquoi il ne faut pas culpabiliser
- La relance avant échéance : pour qui ? comment ?
- Après l'amiable : quels moyens utiliser ? quand ? comment ?

L'entretien téléphonique

- Principes de base de la communication
- Le vocabulaire et les termes appropriés
- La reformulation et la réponse aux objections
- La négociation et conclusion